

همبستگی در دنیای مجازی

سال‌ها پیش زمانی که نخستین رسانه‌های آنلاین راه‌اندازی شدند، شاید تنها تعداد محدودی تصور می‌کردند که دنیای جدید خلق شده توسط این رسانه‌ها چگونه روابط اجتماعی انسان‌ها را دگرگون می‌کند؟...



رسانه‌های اجتماعی [آشنایی با شبکه‌های اجتماعی اینترنتی] با اشتراک گذاشتن دنیای شخصی کاربران این امکان را برای سیاستمداران، افراد معروف، تولیدکنندگان، آگهی‌دهندگان و... فراهم کرده تا با ورود به فضای شخصی مخاطبان، فاصله خود با آنها را به حداقل رسانده و آسان‌تر از قبل بر آنها تاثیر بگذارند. این نزدیک شدن منبع و مخاطب به یکدیگر یکی از مهم‌ترین تاکتیک‌هایی است که کارشناسان و صاحب‌نظران رسانه‌ها به کار می‌گیرند تا مخاطب با منبع پیام و در نتیجه با خود پیام سریع‌تر ارتباط برقرار کند.

در رسانه‌های اجتماعی همه کاربران در یک سطح هستند. به این معنا که همه به یک اندازه سهم دارند و با پیدا کردن افراد مشابه با سلیقه‌های مشترک، می‌توانند روابط خود را گسترده‌تر کنند.

در حقیقت کاربران رسانه‌های اجتماعی به واسطه این سایت‌ها به نوعی همبستگی در دنیای مجازی دست یافته‌اند و تنها با ورود به یک سایت ارتباطات گسترده انسانی را تجربه می‌کنند که پیش از این به آسانی امکانپذیر نبوده است.

اما واقعیت این است که اگر بخواهیم اهمیت این سایت‌های اجتماعی را بر اساس تعداد و تنوع کاربران آنها مشخص کنیم باید بگوییم که شبکه‌های اجتماعی مهم‌ترین و پرنفوذترین رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند چون به فضاهای شخصی آدم‌هایی از سنین مختلف و با سطح تحصیلات متفاوت وارد شده و حتی منزوی‌ترین انسان‌ها را به استفاده از رسانه‌های آنلاین علاقه‌مند ساخته‌اند.

دکتر میرعابدینی [جای خالی ارتباط در شهر] با بیان اینکه برخی پژوهشگران عبارت جامعه شبکه‌ای را مناسب‌تر از رسانه‌های اجتماعی می‌دانند، درباره ویژگی‌های این سایت‌ها می‌گوید: شبکه‌های اجتماعی به سرعت تشکیل می‌شوند و به دلیل نداشتن مرزهای زمانی و مکانی، به سرعت کاربران زیادی را به سوی خود می‌کشانند. در حقیقت سهولت برقراری ارتباط با این سایت‌ها و نحوه استفاده‌شان باعث شده که امروز آنها را به‌عنوان یک رسانه بشناسیم.

این کارشناس علوم ارتباطات اجتماعی درباره نقش فناوری‌های نوین در گسترش سایت‌های اجتماعی معتقد است: شبکه‌های اجتماعی را باید محصول فناوری‌های جدید دانست و در حقیقت شبکه‌های اجتماعی تابع و زیرمجموعه‌ای از تغییرات تکنولوژی وسایل ارتباط جمعی هستند و با گسترش این تکنولوژی امکان استفاده از سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی نیز همچون سایر رسانه‌ها آسان‌تر می‌شود.

وی درباره جایگاه فعلی شبکه‌ها یا رسانه‌های اجتماعی می‌گوید: در دنیای مجازی امروز نقش شبکه‌های اجتماعی روز به روز پر رنگ‌تر می‌شود. چون انسان امروز خلأهایی دارد و می‌خواهد با کمک این شبکه‌ها جای خالی نوعی از ارتباط را پر کند. هر کاربر با ورود به شبکه‌های اجتماعی دنیای جدیدی را تجربه می‌کند که با آنچه پیش از ورود به آن داشته، متفاوت است.

این استاد دانشگاه می‌افزاید: شبکه‌های اجتماعی علاوه بر برطرف کردن برخی از نیازهای کاربران، اقتصاد، فرهنگ و سیاست خاصی را نیز ایجاد می‌کنند و گسترش می‌دهند. اگرچه در اغلب موارد هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی تنها برقراری ارتباط دو سویه دوستی یا همکاری است اما این ارتباط دو سویه باقی نمی‌ماند و نقش‌های دیگری را نیز ایفا می‌کند.

وی همچنین معتقد است: شبکه‌های اجتماعی گاه ممکن است نقش یک حزب را نیز بازی کنند. به‌ویژه اگر جای خالی آن حزب احساس شود. یعنی در کشورهایی که تعداد احزاب کم است، کاربران عادی اینترنت بدون آنکه به‌طور جدی وارد سیاست شوند، در شبکه، به فعالیت حزبی می‌پردازند.

وی همچنین با بیان اینکه رسانه‌های اجتماعی جریان‌های خاص فرهنگی، اجتماعی و... ایجاد می‌کنند، می‌افزاید: شبکه‌های اجتماعی کارکردهای فرهنگی، اجتماعی و... نیز دارند.

آنها با گسترش دامنه نفوذ خود در میان کاربران و دعوت از آنها برای عضویت در شبکه، در واقع یک باشگاه و گروه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی را شکل می‌دهند و اگر خوب فعالیت کنند، به تدریج جای یکدیگر را می‌گیرند. مانند شبکه اجتماعی فیس بوک که به‌نظر می‌رسد به‌دلیل تعداد کاربران و گستردگی خود، توانسته جای سایت یوتیوب را بگیرد.

میرعابدینی همچنین معتقد است: یوتیوب بیشتر نقش اطلاع رسانی و تفریحی داشته اما سایت فیس بوک یک شبکه همبستگی ایجاد کرده که در تصمیم‌گیری‌های کاربران نیز تاثیر می‌گذارد. البته استفاده ما از این سایت‌ها به نیازها و امکانات ما بستگی دارد.

به‌عنوان مثال محدودیت‌هایی نظیر پنهانی باند و نبود اینترنت‌های پرسرعت امکان استفاده از برخی سایت‌ها را محدود می‌کند. بدیهی است که استفاده از سایت‌های اجتماعی نیز چون دغدغه اصلی ما نیستند، محدود می‌شوند. بنابراین ممکن است این سایت‌ها در عمل کارکردی که در همه جای دنیا دارند را در ایران پیدا نکنند.

دکتر علی محمدی نیز با اشاره به اینکه اغلب کاربران سایت‌های اجتماعی جوانان هستند درباره دلایل گرایش جوانان ایرانی به این سایت‌ها می‌گوید: جوانان ما دوست دارند همچون جوانان سایر کشورها از این شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند.

آنها نوجو هستند و می‌خواهند همچون جوانان سایر کشورها رسانه‌های جدید را بشناسند و به دنیای اطلاعات و ارتباطات دسترسی داشته باشند. این استاد دانشگاه همچنین معتقد است: استفاده از اینترنت ضروری است و اهمیت آن غیرقابل انکار است.

کاربرد اینترنت و تاثیر آن به حدی است که همچون اشعه خورشید، گرفتن آن از بشر غیرممکن است. به‌ویژه با گسترش شبکه‌های اجتماعی و توجه جوانان به این رسانه‌های جدید، کاربرد اینترنت ضروری‌تر شده است. چون این روزها کمتر جوانی را می‌توان یافت که تا به حال عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی نشده باشد.

محمدی به وضع قوانین خاص برای استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اشاره کرده و می‌گوید: باید برای کسانی که از شبکه‌های اجتماعی سوءاستفاده می‌کنند، قوانین خاص وضع کرد نه اینکه با محدود کردن استفاده از این سایت‌ها جلوی رقابت مثبت در دنیای وب را گرفت. این استاد دانشگاه سایت‌های اجتماعی را پدیده‌های جدید خوانده و می‌گوید: سایت‌های اجتماعی فضای مشترک خاصی را در همه حوزه‌های اجتماع، سیاست و فرهنگ ایجاد کرده‌اند که باید توسط محققان علوم ارتباطات بررسی شود. چون این اشتراک توده مردم را به فضای خاصی سوق می‌دهد که باید معایب و مزایای آن مورد بررسی قرار گیرد. به‌عنوان مثال می‌توان با مشخص کردن ویژگی‌های هر کدام از این رسانه‌های اجتماعی و معرفی کارکردهایشان، به مردم در انتخاب سایت مورد نظرشان کمک کرد. در غیر این صورت همه می‌خواهند در همه شبکه‌های اجتماعی عضو شوند و تجربه کنند. در حالی که شاید بعد از مدتی وقت تلف کردن متوجه شوند که این سایت‌ها برایشان مناسب نیست یا آنچه می‌خواهند را در این سایت‌ها نمی‌یابند.

معروف‌ترین سایت‌های اجتماعی

مای‌اسپیس

مای‌اسپیس از جمله معروف‌ترین و محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در دنیاست. عضویت در این سایت امکانات گسترده‌ای را در اختیار کاربران قرار می‌دهد. به‌عنوان نمونه سرویس موسیقی مای‌اسپیس از جمله بخش‌های پرطرفدار این شبکه اجتماعی محسوب می‌شود که تعداد زیادی موسیقی‌دان و گروه موسیقی در آن عضو هستند و کاربران گسترده سایت از آن استفاده می‌کنند.

فیس‌بوک

شبکه اجتماعی فیس‌بوک که ابتدا به‌منظور استفاده در محیط‌های دانشگاهی طراحی شده بود و پس از مدتی برای استفاده همه کاربران عمومی شد، محبوب‌ترین شبکه اجتماعی است که در نخستین روزهای تاسیس خود توانسته 100 میلیون عضو پیدا کند. اغلب کاربران فیس‌بوک در کشورهای مثل ایتالیا، جمهوری چک، اندونزی و ایران هستند. کاربران این سایت از طریق نام و نام مدرسه و دانشگاه یا منطقه سکونت خود می‌توانند دوستان قدیمی خود را سریع‌تر پیدا کنند. به همین دلیل تعداد کاربران آن از یوتیوب و بلاگر نیز بالاتر است. [فیس‌بوک پنج ساله می‌شود]

توییتر

اعضای توییتر با عضویت در سایت می‌توانند مطالب کوتاه‌شان را منتشر کنند. ۹۰ درصد مطالبی که در توییتر منتشر می‌شوند از طریق سایت اصلی توییتر ارسال نمی‌شوند بلکه کاربران به‌جهت سهولت از امکانات و ابزارهای واسطه برای ارسال توییت‌هایشان استفاده می‌کنند. پیامک‌های موبایل، پیام‌های فوری و ابزارها و افزونه‌هایی که در مرورگرها یا در محیط کامپیوتر کاربران قابل نصب هستند از جمله ابزارها برای توییت کردن محسوب می‌شوند.

یکی از ویژگی‌های توییتر این است که رسانه‌های مهمی چون بی.بی.سی و سی.ان.ان هم از توییتر برای انتشار اخبار فوری استفاده می‌کنند. حتی باراک اوباما در تبلیغاتش برای انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا نیز از این رسانه اجتماعی استفاده کرد.

یوتیوب

روزانه حدود ۱۰۰ میلیون ویدئو در یوتیوب دیده می‌شود. این فیلم‌ها معمولاً با دوربین‌های دستی ساده یا موبایل‌ها گرفته شده‌اند. اما چون اغلب آنها خاص هستند کیفیت پایین آنها مانع دیدنشان نمی‌شود. فیلم‌های سینمایی روز دنیا، کلیپ‌های مختلف، نوشته‌ها و فیلم‌های تبلیغاتی و هزاران موضوع متفاوت در قالب‌های مختلف از جمله مواردی است که در یوتیوب مشاهده می‌شود. یوتیوب در سال ۲۰۰۶ به‌وسیله گوگل خریداری شد.

یاهو 360

یاهو 360 نیز از جمله شبکه‌های اجتماعی است که از سوی یاهو راه‌اندازی شد. یاهو 360 نیز همچون فیس‌بوک امکان جست‌وجوی دوستان را در اختیار کاربران خود گذاشت و تا پیش از راه‌اندازی فیس‌بوک کاربران فعال بیشتری داشت. اما فیس‌بوک با دراختیار گذاشتن امکانات خاص‌تر توانست جای یاهو 360 را بگیرد.

نگار پدرام

همشهری آنلاین